

SENI KOMUNIKASI INTERPERSONAL BISNIS LAYANAN



Hafidz Setiawan, Muhammad Redo Rivaldi, Yovela Amarissa, Evina,
Yori Joshlyn Abigail, Muhammad Ammar Zhafran, Nadia Tri Rafila

SENI KOMUNIKASI INTERPERSONAL BISNIS LAYANAN

PENULIS

Hafidz Setiawan
Muhammad Redo Rivaldi
Yovela Amarissa
Evina
Yori Joshlyn Abigail
Muhammad Ammar Zhafran
Nadia Tri Rafila



SENI KOMUNIKASI INTERPERSONAL BISNIS LAYANAN

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

Penulis:

Hafidz Setiawan
Muhammad Redo Rivaldi
Yovela Amarissa
Evina
Yori Joshlyn Abigail
Muhammad Ammar Zhafran
Nadia Tri Rafila

ISBN: 9786347269218

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web: www.penamudamedia.com

E-mail: penamudamedia@gmail.com

Instagram: [@penamudamedia](https://www.instagram.com/penamudamedia)

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Juni 2025

X + 164 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga buku ini yang berjudul *Seni Komunikasi Interpersonal Bisnis Layanan* dapat disusun dan diterbitkan. Buku ini hadir sebagai respons terhadap kebutuhan yang semakin mendesak akan kemampuan komunikasi yang efektif dalam dunia bisnis, khususnya sektor jasa atau layanan.

Dalam dunia layanan, kualitas produk sering kali dinilai bukan hanya dari apa yang diberikan, tetapi juga dari bagaimana layanan itu disampaikan. Komunikasi interpersonal menjadi tulang punggung dari setiap interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan, antara atasan dan bawahan, serta antar tim di lingkungan kerja. Keterampilan berbicara, mendengar, memahami emosi, hingga menyampaikan empati dan solusi adalah seni yang perlu dilatih dan dipahami dengan baik.

Buku ini disusun dengan harapan dapat menjadi referensi praktis sekaligus ilmiah bagi mahasiswa, tenaga pendidik, pelaku industri layanan, serta siapa pun yang ingin meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal dalam konteks bisnis. Penulis menyajikan teori-teori dasar komunikasi, studi kasus, serta strategi komunikasi yang telah terbukti efektif di berbagai sektor jasa mulai dari perhotelan, restoran, layanan pelanggan, hingga layanan publik.

Semoga buku ini dapat memberi manfaat luas dan menjadi sumber inspirasi dalam menciptakan interaksi layanan yang lebih produktif, dan berdampak positif.



DAFTAR ISI

I PENTINGNYA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENINGKATKAN PENGALAMAN PELANGGAN DI RESTORAN 3

- A. Pentingnya Komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pengalaman pelanggan restoran 3
- B. Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan 7
- C. Cara meningkatkan pengalaman pelanggan 11
- D. Data pengalaman pelanggan 15

II ELEMEN DASAR KOMUNIKASI EFEKTIF: MENDENGAR DAN MERESPON CEPAT 18

- A. Pengertian komunikasi 19
- B. Pengertian Komunikasi Efektif 23
- C. Mendengar 28
- D. Merespon dengan cepat 31

III Mengelola Konflik Dengan Pelanggan Dan Antar Staff Di Restoran 34

- A. Definisi konflik 34
- B. Aspek konflik 35
- C. Penyebab konflik dengan Staff 39
- D. Kesimpulan 51

IV KOMUNIKASI NON-VERBAL : BAHASA TUBUH DAN GESTUR DALAM INTERAKSI PELAYANAN 52

- A. Komunikasi Non Verbal 52
- B. Bahasa tubuh dan pelayanan 53
- C. Gestur dan efektivitas 56
- D. Pengaruh komunikasi non verbal terhadap kepuasan pelanggan 58



| | | |
|-----|--|----|
| E. | Analisis pengaruh komunikasi non verbal | 61 |
| F. | Kesimpulan | 63 |
| V | PELAYANAN YANG MEMBANGUN EMPATI PELANGGAN | 65 |
| A. | Layanan Restoran | 65 |
| B. | Langkah Awal | 66 |
| C. | Restoran Seiring Waktu Berjalan | 67 |
| D. | Pemahaman Kepuasan Pelanggan | 70 |
| E. | Survey Kepuasan Pelanggan | 70 |
| F. | Konsep Kualitas | 73 |
| G. | Konsep Kualitas Jasa yang Ditawarkan | 74 |
| H. | Pemahaman Empati | 76 |
| I. | Sifat Menggabungkan Empati dan Profesionalisme dalam Pelayanan Pelanggan | 78 |
| J. | Studi Kasus Penerapan Empati Pada Perusahaan | 79 |
| K. | Tantangan Dalam Menerapkan Empati dan Profesionalisme | 80 |
| L. | Kesimpulan | 81 |
| VI | Pelayanan Dengan Komunikasi yang Baik | 83 |
| A. | Komunikasi yang Baik | 83 |
| B. | Cara Mengasah Kemampuan Berkomunikasi | 84 |
| C. | Tips dan Trik Membangun Komunikasi Baik | 85 |
| D. | Menghadapi Masalah | 87 |
| E. | Contoh Masalah Masalah yang Sering Dihadapi | 90 |
| F. | Komunikasi Adalah Dasar Landasan Pelayanan yang Baik | 94 |
| VII | Peran Komunikasi dalam Meningkatkan Retensi dan Loyalitas Pelanggan | 98 |
| A. | Komunikasi | 99 |



| | |
|--|-----|
| B. Peran Komunikasi | 101 |
| C. Contoh Peran Komunikasi dalam Dunia Perhotelan | 101 |
| D. Tips Komunikasi yang Baik Dengan Pelanggan | 105 |
| E. Manfaat Komunikasi | 106 |
| F. Customer Loyalty | 107 |
| G. Manfaat dari loyalitas pelanggan | 109 |
| VIII Komunikasi Multikultural dalam Restoran dengan Pelanggan Global | 110 |
| A. Multikultural | 112 |
| B. Komunikasi Multikultural | 113 |
| C. Tantangan dalam Komunikasi Multikultural | 113 |
| D. Pengaruh Bahasa dalam Komunikasi Multikultural | 114 |
| E. Efektivitas dari Komunikasi Multikultural | 115 |
| F. Manfaat dan peran dari komunikasi multikultural dalam restoran | 116 |
| G. Komunikasi multikultural dalam melayani pelanggan global | 120 |
| IX Peran Komunikasi Untuk Pelayan, Supervisor, dan Manajer Restoran | 122 |
| A. Pentingnya Komunikasi dalam Industri Restoran | 123 |
| B. Komunikasi untuk Pelayan Restoran | 125 |
| C. Komunikasi untuk Supervisor Restoran | 126 |
| D. Komunikasi untuk Manajer Restoran | 127 |
| E. Teknik Komunikasi Digital di Restoran | 130 |
| F. Evaluasi dan Peningkatan Keterampilan Komunikasi | 132 |
| X Studi Kasus : Komunikasi Efektif yang Mengubah Pengalaman Pelanggan Restoran | 134 |

| | |
|---|-----|
| A. Pentingnya Komunikasi dalam Industri Restoran | 135 |
| B. Studi Kasus - Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Pengalaman Pelanggan | 138 |
| C. Analisis Komunikasi dalam Setiap Kasus | 142 |
| D. Implikasi Komunikasi Efektif bagi Kesuksesan Restoran | 143 |
| E. Kesimpulan | 147 |
| GLOSARIUM | 150 |
| DAFTAR PUSTAKA | 154 |
| TENTANG PENULIS | 160 |



PENDAHULUAN

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan dinamis, sektor jasa atau layanan menjadi medan utama yang menentukan loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha. Dalam sektor ini, produk tidak selalu berbentuk barang; sering kali yang dijual adalah pengalaman, perhatian, dan perasaan dihargai. Di sinilah seni komunikasi interpersonal memainkan peran krusial.

Komunikasi interpersonal bukan sekadar pertukaran kata-kata. Ia adalah proses yang mencakup ekspresi emosi, bahasa tubuh, pemahaman makna, serta kemampuan membangun hubungan yang harmonis antara dua individu atau lebih. Dalam konteks bisnis layanan seperti perhotelan, restoran, layanan pelanggan, layanan publik, dan lainnya setiap interaksi adalah momen krusial yang bisa memperkuat atau justru merusak persepsi pelanggan terhadap organisasi.

Sayangnya, keterampilan komunikasi interpersonal sering kali dianggap bawaan alami atau soft skill yang tidak memerlukan pelatihan formal. Padahal, seperti halnya strategi pemasaran atau manajemen keuangan, komunikasi juga merupakan kompetensi yang bisa dipelajari, dilatih, dan ditingkatkan secara sistematis. Komunikasi yang buruk dapat menyebabkan miskomunikasi, konflik, kehilangan pelanggan, bahkan kerugian finansial. Sebaliknya, komunikasi yang baik



menciptakan hubungan yang produktif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat budaya kerja yang sehat.

Buku ini hadir untuk mengisi celah tersebut, dengan tujuan membantu pembaca memahami, mempraktikkan, dan mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal dalam konteks bisnis layanan. Materi disusun dengan pendekatan teoritis dan praktis, dilengkapi dengan studi kasus, refleksi pengalaman industri, dan latihan sederhana yang aplikatif.

Dalam bab-bab berikut, pembaca akan mempelajari dasar-dasar komunikasi interpersonal, gaya dan etika komunikasi dalam layanan, cara menghadapi pelanggan yang sulit, komunikasi dalam tim kerja, hingga tantangan komunikasi lintas budaya dan komunikasi digital di era modern.

Melalui buku ini, penulis berharap pembaca dapat menyadari bahwa keberhasilan dalam layanan tidak hanya soal apa yang disampaikan, tetapi bagaimana cara menyampaikannya. Karena dalam dunia layanan, cara bicara bisa menjadi lebih bermakna daripada isi kata itu sendiri.



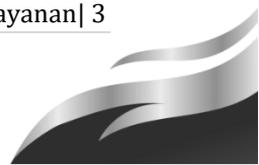


PENTINGNYA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENINGKATKAN PENGALAMAN PELANGGAN DI RESTORAN

A. Pentingnya Komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pengalaman pelanggan restoran

Komunikasi interpersonal sangat penting pada pelayanan restoran karena dapat memberikan kesan positif dan pengalaman baik kepada pelanggan, menurut Joseph A. Devito (2018: 4) komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman pesan – pesan antara dua orang atau lebih di antaranya sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan umpan balik seketika.

Dan menurut Suranto Aw (2016 : 3) Dalam buku *komunikasi interpersonal* bahwa “komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang – orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung , baik secara *verbal* maupun *nonverbal*. Oleh karena itu komunikasi interpersonal sangatlah penting agar pelanggan merasa puas, terhindar dari miss



komunikasi dan mengembangkan reputasi karena komunikasi yang baik dapat menghasilkan ulasan positif.

Ada pun tujuan dari komunikasi interpersonal :

- a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain
Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain
- b. Menemukan diri sendiri
seorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.
- c. Menemukan dunia luar
Dengan komunikasi interpersonal di peroleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual.
- d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis
Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.
- e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku
Komunikasi interpersonal ialah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media).
- f. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu



SENI KOMUNIKASI INTERPERSONAL BISNIS LAYANAN

Buku Seni Komunikasi Interpersonal Bisnis Layanan membahas secara mendalam peran penting komunikasi antarpribadi dalam keberhasilan dunia usaha yang berbasis pelayanan. Dalam industri jasa, keberhasilan hubungan antara penyedia layanan dan pelanggan ditentukan bukan hanya oleh kompetensi teknis, tetapi oleh kualitas komunikasi yang hangat, jelas, dan empatik.

Dengan pendekatan aplikatif dan dilengkapi contoh-contoh nyata, buku ini membekali pembaca dengan keterampilan komunikasi yang dibutuhkan untuk membangun hubungan profesional yang kuat, menciptakan loyalitas pelanggan, serta menyelesaikan konflik secara konstruktif. Pembahasan mencakup prinsip-prinsip komunikasi interpersonal, dinamika komunikasi dalam organisasi layanan, pengaruh bahasa tubuh dan intonasi suara, serta bagaimana membangun kepercayaan melalui komunikasi yang konsisten.

Buku ini juga menggali berbagai tantangan komunikasi di era digital dan multikultural, serta memberikan strategi konkret untuk mengatasi hambatan komunikasi dalam konteks bisnis layanan yang beragam.

Ditulis dengan bahasa yang mudah dipahami namun tetap kaya akan referensi akademik dan praktik industri, buku ini sangat cocok untuk mahasiswa jurusan komunikasi, manajemen, perhotelan, pariwisata, dan layanan publik, serta para profesional yang ingin mengasah keterampilan komunikasi mereka dalam dunia kerja.



Penamuda.com

PT Penamuda Media
Casa Sidoarum, Ngantak Godean
penamuda_media